

**B , S , S .**

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BERATUNG

---

# **CTI Entrepreneurship : étude d'impact et évaluation**

## **Management Summary**

B,S,S. Volkswirtschaftliche Beratung

en collaboration avec :



**KMU Forschung Austria**  
Austrian Institute for SME Research

Bâle, le 2 janvier 2019

CTI Entrepreneurship : Étude d'impact et évaluation

Management Summary

à l'attention d'Innosuisse

Responsables pour le mandant : Adrian Berwert et Hugo Zimmermann

Responsables pour le mandataire / auteur-es :

Direction du projet: Dr. Wolfram Kägi (B,S,S.)

Réalisation du projet : Andrea Oswald (B,S,S.), Mirjam Suri (B,S,S.), Dr. Peter Kaufmann (KMU Forschung Austria), Dr. Elisabeth Nindl (KMU Forschung Austria)

Experte référente : Dr. Marianne Kulicke (ISI Fraunhofer)

Les auteur-es remercient leurs interlocuteurs et interlocutrices pour tous leurs retours d'expérience et observations concernant les formations CTI Entrepreneurship.

Écriture inclusive : ce rapport a été rédigé en veillant à utiliser des formes inclusives. Si certains passages ne respectent pas cette règle par souci de lisibilité, le masculin générique s'applique également aux femmes, et le féminin générique s'applique également aux hommes.

B,S,S. Volkswirtschaftliche Beratung AG, Aeschengraben 9, CH-4051 Bâle  
Tél. 061 -262 05 55, Fax 061 -262 05 57, E-mail : [contact@bss-basel.ch](mailto:contact@bss-basel.ch).

### *Contexte et objet du mandat*

Jusqu'à fin 2017, la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) finançait dans le cadre du programme CTI Entrepreneurship des ateliers de sensibilisation et des modules de formation en partenariat avec des hautes écoles suisses, destinés aux étudiant-es envisageant de fonder une entreprise et aux créateurs et créatrices d'entreprise. Ces modules de formation ont été légèrement adaptés et sont à présent assurés par Innosuisse, l'organisation remplaçant la CTI, dans le cadre du nouveau programme Start-up Training.

L'objectif des cours d'entrepreneuriat, qui est toujours celui des formations proposées par Innosuisse, consistait à créer un environnement propice au développement des jeunes entreprises des domaines du savoir et de la technologie, ainsi qu'à encourager les (futur-es) créateur-rices d'entreprise en proposant des modules de formation à la création d'entreprise ou au lancement d'une start-up, axés sur la pratique.

La présente évaluation concerne des formations ayant eu lieu en 2016 et 2017, du temps de la CTI. Elle analyse la composition des groupes de participant-es ainsi que la conception, la mise en œuvre et l'impact de trois programmes de formation CTI Entrepreneurship : le module 2 (Business Concept), le module 3 (Business Creation) et le module 4 (Business Growth).

### *Cadre théorique et conception de l'évaluation*

Le cadre général de cette évaluation est un modèle d'impact. Ce modèle permet d'évaluer si les conditions nécessaires à la mise en œuvre des formations CTI Entrepreneurship sont remplies et de définir leur impact possible sur la création et la croissance des start-up.

L'évaluation analyse l'impact des formations sur les participant-es en se fondant sur la théorie du comportement planifié (TCP), un modèle de psychologie sociale permettant d'étudier les facteurs ayant une influence sur le comportement entrepreneurial. Les enquêtes réalisées auprès des participant-es dans le cadre du mandat ont été orientées en fonction de paramètres particulièrement pertinents pour évaluer l'esprit d'entreprise, selon la TCP.

### *Méthodes employées pour la collecte des données*

Diverses méthodes ont été employées pour recueillir des données relatives à l'impact des formations CTI Entrepreneurship en vue de l'évaluation.

- L'élément principal est une enquête en ligne adressée à l'ensemble des participant-es (recensement exhaustif).

- Une enquête a été réalisée auprès d'étudiant-es de la Haute École d'Ingénierie et de Gestion (HEIG) et de l'École polytechnique fédérale de Zurich (EPFZ) afin de disposer de groupes témoins pour le module 2.
- Des entretiens ont été réalisés auprès d'expert-es représentant diverses parties prenantes.

Dans l'ensemble, les enquêtes auprès des participant-es ont été très fructueuses. À de rares exceptions près, les participant-es ont pu être invité-es en temps utile à prendre part à l'enquête. Les taux de réponse sont très élevés pour une enquête de ce type (jusqu'à 70 %). Même la troisième phase de l'enquête, réalisée six mois après la fin des cours, présente un taux de réponse de 30 % pour la plupart des modules. L'enquête réalisée auprès des groupes témoins présente des taux de réponse très honorables (de 9 à 13 %).

Des entretiens ont été menés avec 21 expert-es. Par ailleurs, sept ancien-nes participant-es et deux représentant-es de la CTI ont été interrogé-es dans le cadre d'une entrevue. Les questions abordées étaient la conception, la réalisation et l'impact du programme de formation CTI Entrepreneurship, mais aussi la collaboration entre les différents acteurs.

#### *Méthodes employées pour l'exploitation des données*

Les résultats de l'enquête ont fait l'objet d'une analyse descriptive. En outre, des analyses économétriques ont permis d'obtenir des indications complémentaires sur l'impact des formations. Les résultats de l'enquête auprès des groupes témoins ont ainsi pu être exploités selon la méthode des doubles différences. Les données de l'enquête auprès des groupes témoins fournissent également des indications sur la notoriété des modules de formation. Le présent rapport se fonde sur l'ensemble des méthodes employées pour la collecte et l'exploitation des données.

#### *Résultats de l'analyse descriptive*

L'analyse descriptive révèle beaucoup d'informations sur les participant-es des formations CTI Entrepreneurship et sur la perception qu'ils et elles ont des formations. Les résultats des participant-es ont pu être comparés à des résultats obtenus auprès d'un échantillon aléatoire d'étudiant-es de deux hautes écoles. Les principaux résultats de la section sont résumés ci-après.

*Informations sur les participant-es des formations CTI Entrepreneurship*

- En 2016-2017, environ 2200 personnes ont participé aux modules 2, 3 et 4 de cours d'entrepreneuriat de la CTI (module 2 : 1253 participant-es, module 3 : 704 participant-es, module 4 : 249 participant-es).
- La moyenne d'âge des participant-es du module 2 s'élève à 29 ans; elle est de 34 ans pour le module 3 et de 38 ans pour le module 4. Près de la moitié des participant-es du module 2 sont des étudiant-es de hautes écoles suisses au niveau master ou licence. La plupart des autres participant-es étaient déjà titulaires d'un diplôme de niveau master ou licence d'une haute école suisse. Près de 15 % des participant-es du module 3 sont des étudiant-es. Les participant-es du module 4 ont tous-tes terminé leurs études ou possèdent une expérience professionnelle dans un autre domaine.
- La représentation femmes-hommes dans les cours est de 30-70 % dans le module 2, 25-75 % dans le module 3 et 12-88 % dans le module 4.
- Environ 70 % des participant-es du module 2 sont spécialisé-es dans un domaine scientifique ou technique (mathématiques, sciences de l'ingénieur, sciences naturelles ou technique). Dans les modules 3 et 4, 50 % des participant-es sont issu-es des disciplines scientifiques et techniques. Les étudiant-es ou diplômé-es de filières commerciales sont légèrement plus représenté-es dans ces modules.

*Satisfaction des participant-es et suggestions d'améliorations*

- La plupart des modules ont obtenu une très bonne note (de l'ordre de 6 sur une échelle de 1 à 7) pour les éléments des rubriques « Pédagogie », « Utilité » et « Ensemble de la formation ».
- De nombreux-ses participant-es (entre 48 % et 60 % selon les modules) auraient souhaité bénéficier de davantage de coaching individuel.
- Certaines personnes ont trouvé les groupes trop hétérogènes. En ce qui concerne les modules 3 et 4, il semble en partie difficile de réunir suffisamment de participant-es présentant le profil ciblé.
- Les participant-es avaient un champ libre pour formuler leurs retours (positifs ou négatifs). Les modules 2 et 3 ont reçu une majorité d'avis négatifs, et le module 4 une majorité d'avis positifs. Pour les participant-es de tous les modules, la pertinence des contenus des cours est le point qui présente la plus grande marge d'amélioration.

*Impact immédiat des formations*

- Environ la moitié des participant-es du module 2 a trouvé un partenaire commercial potentiel grâce à la formation et 20 à 30 % des participant-es trouvent un partenaire commercial dans le cadre des modules suivants.
- L'enquête s'est concentrée sur différents paramètres liés à l'attitude envers l'entrepreneuriat (« attitude »). Ces paramètres permettent également d'évaluer dans quelle mesure l'environnement social est propice à la création d'entreprise. Le résultat est le suivant : dès le début de la formation, les valeurs données par les participant-es pour évaluer leur attitude envers la création d'entreprise sont positives. Dans l'ensemble, ces valeurs varient peu au cours de la formation. Un examen plus approfondi révèle cependant une divergence au sein des participant-es du groupe 2. Pour une partie des participant-es, les valeurs relatives à l'attitude augmentent, tandis qu'elles diminuent pour l'autre partie. Une interprétation possible est que les participant-es se font une idée plus claire de leur capacité à fonder une entreprise au cours de la formation.
- À l'issue de la formation, les participant-es du module 2 indiquent être plutôt disposé-es à prendre des décisions malgré l'incertitude, ce qui est une condition importante de l'activité entrepreneuriale. Ils et elles considèrent aussi le succès de leur entreprise plus probable qu'en début de formation. Les résultats des modules 3 et 4 ne présentent pas de différence majeure entre le début et la fin de la formation.
- Les participant-es de tous les modules constatent que la formation leur a permis de développer significativement leurs compétences (techniques), avec une valeur moyenne comprise entre 5 et 5,4 pour toutes les rubriques (sur une échelle de 1 à 7). Le contenu des enseignements s'est en outre avéré utile à moyen terme (durant les six mois suivant la fin de la formation).

*Résultats de l'enquête auprès des groupes témoins*

- Le programme de formation CTI Entrepreneurship est nettement moins connu que d'autres offres d'encouragement des start-up.
- Seul-es 6 à 7 % des étudiant-es de l'EPFZ connaissent les modules 2 à 4 du programme de formation CTI Entrepreneurship ; 9 % des étudiant-es de l'EPFZ connaissent le module 1. En revanche, 43 % des étudiant-es de l'EPFZ sont au fait de l'offre de formation Venture Kick, créée par des entreprises et fondations privées.
- Parmi les étudiant-es de la Haute École d'Ingénierie et de Gestion (HEIG), le programme CTI Entrepreneurship jouit d'une notoriété légèrement supérieure : 6 à 16 % des étudiant-es de la HEIG connaissent les modules 2 à 4. En Suisse

romande, les offres de coaching de GENILEM sont nettement plus connues, avec un taux de notoriété de 37 %.

- Les offres de coaching de la CTI sont nettement plus connues que le programme de formation CTI Entrepreneurship, avec un taux de notoriété de 17 % (EPFZ) et 19 % (HEIG).

### *Résultats de l'analyse économétrique*

De manière globale; l'analyse économétrique montre que le module 2 (Business Concepts) a, dans l'ensemble, un impact plus significatif sur les participant-es. L'intention de créer une entreprise accuse une baisse notable au cours de la formation (un tiers), ce qui peut s'interpréter comme un gain d'esprit critique et de réalisme permettant aux participant-es de mieux évaluer leur aptitude à fonder une entreprise. Inversement, un nombre significatif de participant-es estiment que leurs compétences en fin de formation se sont nettement améliorées, ce qui atteste d'un effet positif durable de l'apprentissage : dans 30 % des cas, l'intention de fonder une entreprise est également plus élevée. Selon ces critères, le module 2 est une réussite.

Les résultats de l'analyse économétrique peuvent en revanche indiquer que le module 2 force les participant-es à examiner dans quelle mesure l'entrepreneuriat constitue une option réaliste dans leur cas (au moment présent). Parallèlement, ce module d'un semestre a un effet particulièrement positif sur la motivation (l'« attitude ») d'une partie des participant-es. En comparaison, le module 3 est suivi par des personnes encore plus motivées (attitude), dont l'idée commerciale concrète s'est trouvée fortement encouragée par l'acquisition de compétences lors de la formation de cinq jours (contrôle comportemental perçu, CCP : variable mesurant l'estimation subjective d'une personne quant à la faisabilité d'un comportement donné).

La comparaison avec les groupes témoins permet de conclure que la participation aux cours entraîne principalement une modification de la perception de la propre compétence à créer une entreprise (CCP). Les modèles d'équations structurelles suggèrent en outre que ces changements ont un impact notable sur l'intention de fonder une entreprise. On peut donc déduire que les modules 2 et 3 du programme contribuent à renforcer l'esprit d'entreprise auprès des participant-es qui présentaient déjà une grande motivation. Ce type d'encouragement a donc un impact réel. Toutefois, six mois après la fin de la formation, l'intention de fonder une entreprise a baissé. Il est certainement naturel que l'effet positif sur l'intention de créer une entreprise se réduise quelque peu à mesure que le moment approche, et que seul le noyau dur des personnes les plus motivées mette leur projet à exécution. La présente évaluation n'a pas pu tenir compte de la réalisation des projets, car trop peu de temps s'était écoulé après les formations.

*Résumé de l'analyse des entretiens avec les expert-es*

Il ressort des entretiens réalisés auprès de diverses parties prenantes – du moins pour la plupart – que les personnes intéressées par la création d'une start-up et les créateur-rices d'une jeune entreprise ressentent le besoin d'augmenter leurs connaissances par une formation. La majorité considère que l'offre CTI Entrepreneurship est, dans l'ensemble, adaptée à cet égard. La structure modulaire des formations CTI Entrepreneurship a été retenue comme un élément positif. En ce qui concerne le positionnement parmi les offres d'encouragement de start-up, le besoin est important, notamment pour le module 2, dans la mesure où ce stade de la création d'entreprise bénéficie de peu d'alternatives. Toutefois, la baisse de la demande pour le module 3 et surtout pour le module 4 donne à penser que cette offre ne répond pas complètement aux besoins, qu'il existe suffisamment d'alternatives ou que les formations ne sont pas assez connues.

La définition du groupe cible a constitué un sujet central des entretiens avec les expert-es, qui ont émis des avis très divergents à ce propos. Dans l'ensemble, les expert-es estiment que plus de branches et de modèles commerciaux devraient être couverts par les formations CTI Entrepreneurship. Toutefois, les personnes partageant ce point de vue ne s'accordaient pas sur le fait que l'hétérogénéité des groupes favorise ou non les échanges, et si des cours séparés devraient être prévus pour les personnes issues de parcours différents. Les avis divergent également lorsque l'on demande si seul-es les créateur-rices d'entreprise les plus prometteur-euses doivent être encouragé-es, ou si d'autres personnes intéressées doivent être acceptées, même si elles n'ont pas (encore) de projet prometteur à proposer. Cette question se pose dans la mesure où renoncer à des projets peu prometteurs pourrait avoir un impact positif pour l'ensemble de la formation.

La mise en œuvre et l'organisation ont été jugées très bonnes. L'intégration aux systèmes régionaux devrait faire l'objet d'une attention particulière. Il reste à définir s'il faut travailler sur la notoriété de l'offre, et si oui, comment. On peut également se demander si les critères de sélection des participant-es ont été appliqués rigoureusement et s'ils doivent l'être davantage à l'avenir. De nombreux-ses expert-es proposent d'appliquer des critères de sélection plus ou moins stricts en fonction du nombre de candidatures, et donc de s'ajuster en fonction de la demande. Cette position peut se comprendre, mais elle entraîne une hétérogénéité nettement plus marquée dans certains cours. Le retour sur la collaboration entre les diverses parties prenantes est globalement positif.

L'effet du programme de formation CTI Entrepreneurship est jugé positif dans l'ensemble, mais beaucoup estiment que son impact est relativement limité. Les points



forts attribués au programme sont en particulier la possibilité pour les participant-es d'échanger leurs expériences, d'obtenir un retour sur leur projet, de s'informer sur les étapes ultérieures et d'apprendre les éventuelles erreurs à éviter. La conception des formations semble être la raison principale du faible impact qui est évoqué: une formation de quelques jours peut donner une impulsion, mais il est peu probable qu'elle puisse jouer un rôle décisif en ce qui concerne la création d'entreprise au sens large. Plusieurs expert-es ont suggéré de renforcer l'effet de la formation en prévoyant un cours de suivi un certain temps après la fin de la formation, qui servirait de « piqûre de rappel ». Les ancien-nes participant-es interrogé-es évaluent de manière très différente l'impact de la formation CTI Entrepreneurship sur leur parcours professionnel. Pour reprendre l'image employée par l'un-e des expert-es, il semble que les formations CTI Entrepreneurship constituent une pièce utile et précieuse d'un puzzle qui nécessite cependant de nombreuses autres pièces pour assurer le succès d'une création de start-up.

#### *Conclusions et pistes d'action*

*Continuer à proposer des formations* : les participant-es comme les expert-es ont une évaluation très positive des cours d'entrepreneuriat de la CTI. L'analyse économétrique indique que les formations ont un impact positif sur l'esprit d'entreprise des participant-es. La première recommandation est donc sans aucun doute de continuer ce dispositif.

*Conserver la structure de la formation jusqu'à nouvel ordre* : la répartition en trois modules différents devrait être conservée. La conception modulaire avec trois formations différentes en fonction du groupe cible ou de l'avancement des projets a été perçue comme positive par les expert-es.

*Veiller particulièrement à ce que la fréquentation des modules 3 et 4 soit suffisante, et que les participant-es correspondent au groupe cible*: certain-es expert-es estiment que les modules 3 et 4 manquent de participant-es, ou que les participant-es ne correspondent pas au profil concerné. Cela entraîne une hétérogénéité dans la maturité des projets, qui est défavorable pour des formations orientées vers un objectif. Il convient de surveiller le profil des participant-es au cours des mois et années à venir pour voir s'il évolue vers le profil cible. Si aucun progrès n'est constaté, une redéfinition des modules 3 et 4 pourrait être envisagée (au moins au profit du coaching individuel, qui est manifestement très demandé), d'autant plus que des offres privées existent pour ces groupes cibles.

*Envisager d'adapter le format du transfert de connaissances* : il convient d'examiner si d'autres formats peuvent être possibles pour le transfert de connaissances. Il

pourrait être envisagé d’aborder en même temps les sujets qui sont pertinents pour tout type de projet, et de proposer des journées de cours permettant aux participant-es concerné-es d’approfondir des questions spécifiques. Cela pourrait résoudre la question de l’hétérogénéité, qui a parfois posé problème : de nombreux-ses participant-es apprécient l’hétérogénéité des groupes, tandis que d’autres souhaitent un maximum d’homogénéité. La possibilité d’une formation à distance (par des webinaires par exemple) devrait également être étudiée afin de faciliter l’accès aux formations.

*Examiner comment combler les lacunes entre les programmes CTI Entrepreneurship et CTI Coaching* : de nombreux-ses participant-es des formations CTI Entrepreneurship souhaitent davantage de coaching individuel. Actuellement, Innosuisse propose un coaching individuel intensif, mais non dans le cadre des modules 2 à 4 du programme CTI Entrepreneurship. Il semble qu’il existe une lacune entre CTI Entrepreneurship et CTI Coaching. Il conviendrait d’étudier comment elle peut être comblée. Une piste consisterait à définir une première phase de coaching aux critères de sélection assez larges, au terme de laquelle on désignerait les personnes/entreprises qui auraient accès à la deuxième phase, plus intensive. Une autre option serait de renforcer le coaching au sein des formations CTI Entrepreneurship.

*Examiner la pertinence d’un cours de suivi* : certain-es expert-es ont suggéré de prévoir un cours de suivi après la fin de la formation. Cette piste devrait être approfondie.

*Optimiser la gestion des attentes et les méthodes pédagogiques* : comme il a déjà été mentionné plus haut, de nombreux-ses participant-es auraient souhaité bénéficier de davantage de coaching individuel. En l’état actuel de l’offre, Innosuisse devrait réfléchir à la présentation du programme de formation CTI Entrepreneurship, qui pourrait se révéler trompeuse quant à la nature des enseignements. Le simple fait que les enseignant-es soient appelé-es « coachs » peut mettre sur une fausse piste. Quoi qu’il en soit, la gestion des attentes semble devoir être optimisée.

*Veiller à l’inclusivité des formations* : la représentation des femmes dans les formations est bien inférieure à 50 %. Même si les hommes sont surreprésentés dans les domaines scientifiques et technologiques et que les autres prestataires de formation à l’entrepreneuriat dressent ce même constat, Innosuisse devrait trouver des moyens de rendre ses enseignements plus attractifs pour les femmes.

*Optimiser l’acquisition et le suivi de données relatives aux formations et aux participant-es* : le processus d’acquisition et de suivi des données relatives aux participant-es devrait être optimisé, si toutefois cela n’a pas déjà été fait depuis la période analysée ici. Ce processus devrait être piloté par Innosuisse de manière centralisée.

Une fois mis en œuvre, ce système devrait être modifié le moins possible, afin de pouvoir comparer les différentes périodes ultérieurement et de limiter les coûts administratifs.

*Accroître la notoriété des formations* : le programme de formation CTI Entrepreneurship était peu connu des étudiant-es des groupes témoins lors de l'évaluation. La situation n'a pas dû fondamentalement changer depuis le passage à Innosuisse. On peut bien sûr considérer que de futur-es entrepreneur-ses devraient être proactives dans leur recherche d'une formation continue adaptée. Cet argument ne vaut pas pour le module 2, qui vise à motiver les étudiant-es de hautes écoles à fonder une entreprise. Par ailleurs, le fait que la CTI/Innosuisse ne pourrait pas proposer assez de places si la demande était plus élevée, comme l'indiquent des représentant-es de la CTI, n'est peut-être pas un bon argument pour ne pas renforcer le marketing. Il vaudrait mieux proposer davantage de places si un nombre accru de personnes était intéressé, ou qu'il y ait plus de concurrence pour être admis-e à la formation. Nous recommandons donc d'investir davantage dans la notoriété des formations. Cela vaut notamment pour les modules 3 et 4, pour lesquels les expert-es signalent une demande plus faible que pour le module 2. Une première mesure pourrait et devrait consister à élaborer une stratégie de communication adaptée.

*Assurer une visibilité à long terme pour les structures d'accueil* : deux expert-es interrogé-es dans le cadre de la présente évaluation regrettent que la mise en œuvre des formations soit régulièrement soumise à une procédure publique. La concurrence est sans doute un point positif. Cependant, l'élaboration d'une telle formation nécessite des investissements conséquents. Plus la visibilité est grande pour la structure d'accueil, plus il lui est envisageable d'investir dans la formation. La mise en œuvre de formations universitaires ne requiert pas non plus de procédure récurrente. Au contraire, la Confédération a établi des règles de financement des offres des hautes écoles, afin qu'elles puissent disposer d'une plus grande visibilité. La qualité élevée des formations proposées par les hautes écoles est principalement garantie par l'accréditation, et soutenue par certains avantages dans le système de financement. Il conviendrait toutefois de chercher à procurer aux structures d'accueil une visibilité à long terme, conformément à la législation.

*Favoriser l'échange entre les structures proposant des cours d'entrepreneuriat* : en comparaison avec l'Allemagne, il semble y avoir peu d'échanges entre les structures qui proposent des cours d'entrepreneuriat. Innosuisse pourrait contribuer à les renforcer. Ces échanges devraient, ou du moins pourraient, ne pas se limiter aux structures qui proposent les formations CTI Entrepreneurship, mais inclure également

des enseignant-es de cours d'entrepreneuriat dispensés par les universités et d'autres structures proposant des cours d'entrepreneuriat.

### *Perspectives*

*Garder à l'esprit les questions restées en suspens* : la présente évaluation n'a pas pu apporter de réponse concrète à toutes les questions. Les avis divergent sur la question de l'homogénéité entre les participant-es d'un même module. Les modifications suggérées pour les modules 3 et 4 devraient aller dans le sens d'une plus grande homogénéité des participant-es. On pourra ainsi comparer les résultats pour voir si cette approche constitue un point positif.

*Engager une analyse du portefeuille de mesures d'encouragement* : la présente évaluation s'est concentrée sur l'analyse des modules 2 à 4 des formations CTI Entrepreneurship, conformément au cahier des charges et à la conception de l'évaluation. L'analyse du programme de chaque module n'entraîne pas explicitement dans le périmètre de l'évaluation. Une analyse du contenu des formations et de la structure a) des formations CTI Entrepreneurship et b) des autres offres de cours d'entrepreneuriat pourrait permettre de trouver des pistes pour optimiser les cours d'entrepreneuriat proposés par Innosuisse. Cette analyse se ferait dans l'optique de soutenir au mieux les créateurs et créatrices d'entreprises en tenant compte de l'ensemble des formations mises à la disposition du public.